

# “CANAL CEO

Elena Alfaro / 13 de abril de 2020 / Actualidad, Home - destacados /

## Parte 1: Durante la pandemia, elijo formación en Customer Experience



“¡No sé qué hacer! Este tiempo #yomequedoencasa es una opción para salir reforzado y certificarme, pero me llegan muchas ofertas y no sé bien cuál elegir”. Ésta es una sensación muy común que están experimentando los profesionales y miembros de distintos equipos que exploran la posibilidad de hacer cursos o certificaciones en estos momentos.

Sin embargo, ¿hay respuestas óptimas en la oferta existente en materia de formación? O, quizá ¿es una cuestión de que “en casa del herrero cuchillo de palo” y los que formamos no hacemos bien nuestro trabajo a la hora de hacer llegar el mensaje?

**A**nte esta cuestión, la Doctora Cum Laude experta en Transformación Emocional y autora “best seller” de títulos como “ABC del Customer Experience”, Elena Alfaro, ha elaborado cuatro artículos sobre este tema para aportar mi punto de vista tras más de 18 años vinculada al mundo de la formación

---

Elena Alfaro protagonizará nuestro próximo **En directo con Canal CEO el día 17 de abril** a las 10:00 horas para hablar de la transformación emocional en materia económica de las organizaciones.

Apíntate ahora.

---

## ¿Cuáles son las motivaciones de los alumnos y profesionales?

Algunas cuestiones que motivan en la búsqueda de un programa o una certificación son las siguientes:

1. Aprovechar un tiempo de confinamiento obligado
2. Confirmar y ampliar una preparación profesional
3. Obtener un título que acredite los conocimientos
4. Poder abordar un proyecto concreto
5. Aportar valor añadido al Currículo
6. Mejorar la calidad del desempeño en un puesto de trabajo
7. Trascender en una compañía
8. Realizar un “must” solicitado por el propio trabajo
9. Acceder a “networking” relacionado con esta área
10. Un motivo para estar ocupado

Si repasamos estos diez puntos, **la gran mayoría obedece a estímulos “meramente individuales”** y la minoría obedece a los motivos clásicos que podemos plantearnos desde el lado de la formación. Por tanto, no se pueden obviar todas estas necesidades emocionales.

A estas motivaciones, se unen las particulares para hacer un curso específico de Customer Experience. Entre ellas, **está la pasión y las expectativas que esta disciplina había despertado entre los distintos perfiles de alumnos.**

¿Están las universidades y las Escuelas de Negocio co-creando con los profesionales? ¿Están teniendo en cuenta sus motivaciones?

## La clave: la co-creación

En los tiempos que vivimos y mucho más en la materia de Customer Experience, las inquietudes de los alumnos, deberían formar parte de la elaboración de los cursos. Pero, ¿están haciendo esto los centros educativos? O dicho de otro modo, ¿lo están haciendo quienes son los responsables de la creación de los cursos?

En mi experiencia, querido lector, estamos ante un proceso interno que sigue básicamente los siguientes pasos:

1. Una escuela tiene la sensación de que un producto es necesario
2. Busca un responsable que se haga cargo (Director del Curso)
3. Le encarga un programa
4. Busca profesionales que impartan las materias
5. El curso se pone a la venta
6. Comienza el bombardeo digital

La realidad es, que por los procesos establecidos en estas instituciones, no se está llevando a cabo, lo que se está expandiendo ya como una “best practice” en todas las industrias a la hora de sacar un producto con

esta expansión ya comienza a ser una "best practice" en todas las industrias a la hora de sacar un producto con éxito al mercado. Se trata de "co-crear" y de "pre-testar" el producto con el cliente (el alumno) para poder responder a las motivaciones mencionadas.

En FANScinology, cuando nos planteamos el diseño de una certificación propia que fuera más allá del Customer Experience, lo primero que hicimos fue incorporar a los alumnos en el proceso de creación. Los resultados ya abarcan once convocatorias y una comunidad de Alumni perteneciente a una decena de países.

## Próximos artículos

Como te avanzaba, querido lector, este es el primero de cuatro artículos donde pretendo poner de manifiesto los principales temas que aplican a la formación en Customer Experience y que son determinantes a la hora de decantarte por una acreditación. En el siguiente título hablaremos de la utilidad de la certificación para el alumno y para su empresa. Y no olvides tener un día FANScinante!

¿Te apuntas?

Suscríbete para recibir la newsletter semanal con las noticias de Canal

**Elena Alfaro**, Doctora Cum Laude experta en Transformación Emocional y autora "best seller" de títulos como "ABC del Customer Experience". Fundadora de FANScinology y Leonardos Club. **Sí, quiero**



COMPARTIR

